

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ В СОЗДАНИИ VIP-ИНТЕРВЬЮ

В статье рассматривается значение и условия присвоения статуса «VIP» для интервьюера, а также анализируются коммуникативные стратегии и приемы, используемые журналистами.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, VIP, коммуникативная стратегия, VIP-интервью.

В современном медиапространстве все больше набирает популярность контент, основанный на журналистских расследованиях, аналитике и VIP-интервью, который на протяжении многих лет остается одним из самых востребованных жанров у аудитории. Этим объясняется вынесение подобных материалов на обложки печатных изданий в «топ-лист» электронных СМИ.

Согласно Большому оксфордскому толковому словарю английского языка аббревиатура VIP и ее расшифровка Very Important Person (в переводе с английского – «очень важная персона», «начальство», «высокопоставленное лицо», «большая шишка») – подразумевает человека, имеющего персональные привилегии, льготы из-за своего высокого статуса, популярности или капитала [1, с. 763].

В теоретических пособиях по журналистике до сих пор не представлено четких критериев, по которым можно определить, является ли в действительности предполагаемый респондент VIP-персоной, поскольку это лишь условная номинация. Издания и сами журналисты называют так своих героев, которые могут дать эксклюзивное интервью, опираясь на их должность, известность и социальный статус. Тем не менее, проанализировав издания, специализирующиеся на создании VIP-интервью, мы можем выделить группы людей, соответствующих статусу «VIP». К таковым относятся политики и общественные деятели, представители шоу-бизнеса, выдающиеся медики, спортсмены, ученые, деятели искусства и представители крупного бизнеса. Отметим, однако, что сам статус может быть приобретен человеком лишь на определенное время в условном месте, если это обусловлено спецификой организации мероприятия.

Чтобы рассмотреть специфику и функции VIP-интервью, необходимо углубиться в значение понятия «коммуникативная стратегия». Ученые дают несколько трактовок данного определения. О.С. Иссерс подразумевает под коммуникативными стратегиями «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [5, с. 302].

И.Н. Борисова рассматривает коммуникативную стратегию как «способ реализации замысла, который предполагает отбор фактов и их подачу

в определенном освещении с целью воздействия на интеллектуальную, волевую и эмоциональную сферу адресата» [2].

О.Н. Паршина анализирует коммуникативную стратегию с точки зрения «определённой направленности речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации» [8, с. 232].

Существуют разные классификации коммуникативных стратегий. Так, Н.Н. Кошкарлова выделяет следующие: стратегия сближения, стратегия демонстрации сдержанного отношения к собеседнику, стратегия отказа от предрассудков и условностей, которые одновременно являются средствами репрезентации толерантного диалога [6].

Чтобы понять, как реализуется подобная коммуникативная стратегия, рассмотрим интервью известно российского журналиста, телеведущего Владимира Познера, а также интервью одного из самых цитируемых современных журналистов Юрия Дудя [7].

Один из наиболее ярких приемов, который использует Познер – провокация интервьюируемого, основанная на противоречиях. Например, в свои интервью он включает противоречивые вопросы. Рассмотрим это на примере интервью с председателем комитета по безопасности и противодействию коррупции Государственной Думы РФ Ириной Яровой, признанного самым скандальным за всю историю программы «Познер».

Владимир Познер: «Когда вы были членом «Яблока», ваши соратники вас очень хвалили. Явлинский говорил о вас: «У нас на Камчатке есть Ирина Яровая, и ей прямо сказали подписать бумагу, по которой после выборов она вступит в «Единую Россию», и тогда ей позволят выиграть округ. Она такой документ не подписала. Не выиграла выборы и осталась в партии». Это очень похвально».

Ирина Яровая: «Я считаю, что Григорий Алексеевич явно преувеличил эту историю».

Владимир Познер: «Вы хотите сказать, что это – вранье? Что Явлинский рассказывает сказки?»

Ирина Яровая: «Я бы сказала, что это серьезное преувеличение...» [9].

Кроме того, практически во всех телевизионных интервью Владимир Познер использует знаменитый опросник французского писателя Марселя Пруста, что стало «визитной карточкой» его авторской программы [10]. Подобный прием позволяет журналисту не только установить эмоциональную связь с интервьюируемым, но и провести аналогию с другими героями программы «Познер».

К тактике провокации на противоречиях прибегает в своих интервью и другой российский журналист Юрий Дудь, называя эту коммуникативную стратегию «расстановкой капканов» [4].

На своем официальном канале «Вдудь» журналист также задает в каждом интервью общий для всех гостей вопрос: «Оказавшись перед Путиным,

что вы ему скажете?» [5] Подобную тактику многие зрители Юрия Дудя считают референсом к блиц-опросу Познера.

Таким образом, стоит отметить, что существуют различные подходы к выстраиванию коммуникационной стратегии. На наш взгляд, наиболее продуктивными и популярными в проанализированных источниках являются VIP-интервью, построенные на провокациях, интервью в форме противоречий. Грамотно выстроенная коммуникативная стратегия не дает журналисту впасть в предвзятость, что может помешать ему достичь главной цели – получить эксклюзивную информацию. В противовес подобным провокациям и противоречиям журналисты используют финальные блиц-опросы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой оксфордский толковый словарь английского языка=OxfordSchoolDictionary: 45000 слов и выражений / под ред. А. Делаханты и Ф.Макдональда. – М., 2005. 807 с.
2. Борисова И.Н. Категория цели и аспекты текстового анализа // Жанры речи. Вып.2. – Саратов, 1999. – С. 81-96.
3. Дудь Ю.А. Грудинин: Сталин наш лучший лидер за 100 лет // Вдудь. 2018 // https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7_hIuA
4. Дудь Ю. А. Как разговорить дерево? TimeCodeFest. 2017 // https://www.youtube.com/watch?v=QMf9oJ_9oCg.
5. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М., 2002.
6. Кошкарлова Н.Н. Коммуникативные стратегии и тактики интервьюера и интервьюируемого в гармоничном дискурсе: специфика политического интервью // Ученые записки ЗабГГПУ. 2010. С. 88-93.
7. Медиалогия // <http://www.mlg.ru/ratings/media/journalists/5856/>
8. Паршина О.Н. Российская политическая речь: теория и практика. – М., 2007.
9. Познер В.В. Гость – Ирина Яровая // Познер. 2013 // <https://www.youtube.com/watch?v=Qf7I2iYgZv4>.
10. Познер В.В. Гости Владимира Познера отвечают на вопросы Марселя Пруста. Лучшее // Первый канал. 2016 // <https://www.youtube.com/watch?v=yrEftZ2AgKQ>.